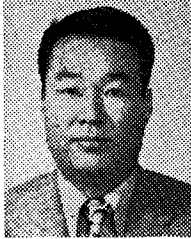


鷄產物流通改善을 위한 基本對策



〈本誌 編輯委員〉
朴永寅

우리나라의 養鷄產業은 生産能率面에서는 크게 發展했으나 流通能率面은 거의 제자리 걸음이다. 流通改善이란 流通 그 自體問題解決로 되어지는 것이 아니라 近代 마아케팅 概念에 立脚하여 그와 關聯된 生産과 消費問題까지도 함께 다룰때 비로서 達成된다. 生産能率提高는 生産者 스스로의 努力으로 可能하나 流通能率提高는 業界全體의 一貫된 努力으로만 可能하다. 關聯從事者의 義務的 參與에 의하여 市場全體의 需給調整 機能을 遂行할 수 있는 流通專擔機構의 設置運營이 야말로 流通改善의 基本對策이 될수 있다. ……………〈필 자〉

〈朴永寅 委員〉

I. 養鷄產業 및 鷄產物의 性格

모든 산업종사자는 자기가 관제하는 산업 발전에 대해 많은 애착과 긍지를 갖고 있다. 종사하고 있는 산업의 발전이 곧 자기개인의 이익에 도움이 되기 때문이다. 그러나 막연한 애착이나 긍지가 그대로 산업 발전에 도움이 되는 것은 아니다. 오히려 그 산업이 처해 있는 위치를 인식하고 발전을 저해하는 요인이 있으면 그것을 제거하려는 적극적이고도 이성적인 노력을 경주할줄 알아야 비로서 산업 발전과 자기 이익 추구가 동시에 달성 되어지는 것이다.

양계업에 관제하는 사람이라면 그 산업 및 계산물(鷄產物)이 지니는 사회 경제적 위치와 성격을 분명히 해볼 필요가 있다. 특히 경제적 입장을 정확히 파악하여 양계업 발전의 효율적 방안을 찾아내야 한다.

1. GNP의 1.5%

우리나라의 경제는 지난 10년간 각 부문에

걸쳐 괄목할만한 성장을 해왔고 농업과 축산업도 예외는 아니었다. 그러나 발전하는 경제에서는 언제나 그렇듯이 농업부문의 상대적 인 후퇴는 어쩔 수 없어, GNP 중의 농업생산액 비율이 1965년에 47%이던 것이 1974년에는 28%로 크게 떨어졌다. 이런 상황에서 농업부문중의 축산업비율은 11.4%에서 15.5%로 증가 했다.

양계산업은 지난 10년 사이에 5.6배의 성장을 갖어 왔다. 이 기간중 전체 농업에서의 비중은 4.9%에서 5.3%로 신장하였으나 축산업에서의 비중은 타부문의 상대적 급성장으로 42.6%에서 34.4%로 떨어졌다. GNP에 대한 비율에 있어서도 2.2%로 부터 1.5%로 감소한 것이다.

표1. 養鷄產業의 比重

	GNP 對比		農業 對比		畜產業 對比	
	(1965)	(1974)	(1965)	(1974)	(1965)	(1974)
畜產業	5.4	4.3	11.4	15.5	100	100
養鷄	2.2	1.5	4.9	5.3	42.6	34.4
韓牛	1.3	1.6	2.7	5.7	24.1	36.5
略農	0.1	0.3	0.1	1.2	0.8	7.8
養豚	1.6	0.8	3.4	2.7	30.1	17.2
其他	0.2	0.1	0.3	5.3	2.4	4.1

資料 : 1975 農林 統計年譜

양계인들은 생산액을 기준한 양계산업의 GNP 기여도가 1.5%라는 사실을 지실함과 동시에 적절한 자기 보호책을 강구할줄 알아야 하겠다. 또 농업생산액의 5.3%, 축산생산액의 34.4%가 양계산업으로 부터 연유한다는 사실도 모든 정책입안이나 시행과정에 충분히 반영되어져야 할 것이다.

2. 企業化 傾向이 뚜렷

양계산업의 생산경영적 특징의 하나는 사양 규모면에서 다분히 기업적이라는 점이다. 우리나라의 축산업이 전통적 부업성격을 이제 겨우 벗어나고 있음에 비하여 양계업은 기업규모적 경영으로 이미 발전해 온 것이다. 1974년 통계에 의하면 3,000수 이상 사육하는 농가수는 전체의 0.1%에 불과하나 이들의 총 사양 수수는 전국수수의 45.7%에 이르고 있으며 1,000수 이상 기준할 경우에는 60%가 넘어 그 규모가 가히 기업적이라 할 수 있다. 반면 재래식으로 몇마리씩 키우는 농가수는 전체 양계농가의 97.7%에 이르나 이들의 사양수수는 겨우 27.5%에 불과할 뿐 아니라 대부분이 자가소비되든가 인근 소도시에 공급하는 정도이다.

표2. 養鷄規模分布

規模(首)	1~19	20~999	1,000~2,999	3,000以上
農家(%)	97.7	2.0	0.2	0.1
首數(%)	27.5	10.7	16.1	45.7

參考: 1~2頭飼育 韓牛 돼지
 農家(%) 96.4 92.2
 頭數(%) 89.4 52.6

資料: 1975 農林統計年譜

우리나라 축산의 기업화과정에서는 양계산업이 단연 선도하는 입장에 있다. 전체 생산량의 절반가까이가 3,000수 이상규모의 비교적 능률적인 기업산물(企業產物)이다. 백합사료 소비에 있어서도 60% 이상이 아직도 양계사료로 소비되고 있음은 주목할 만한 일이다.

3. 腹雜多端한 流通組織

계산물은 훌륭한 단백질 식품이다. 소득증가와 더불어 그 수요가 필연적으로 증가할 뿐 아니라 국민보건향상을 위해서 크게 기여하는 식품이다. 한국민은 계산물에 대한 기호도(嗜好度)가 높고, 어떤 종교, 식관습성의 이유로 소비에 제약을 갖어오는 일도 거의 없기 때문에 계산물 수요는 해마다 늘어가고 있다.

축산물 대부분의 경우와 마찬가지로 계산물 유통방법에 있어서도 농가부업적 생산단계의 유통방식이 그대로 남아있다. 유통채널과 단계가 많고 수집(蒐集)과 분산(分散)기능을 잇는 중계(中繼)기능이 결여되어 있으며 기관별 취급물량이 적고 원시적이다. 또 전체 시장 기능을 총괄하는 전제기관(牽制機關)이 없어 수급불균형, 자격진폭적심, 유통마아진 과다 등의 문제점을 안고 있다.

이러한 유통조직을 현재와 같이 유통불량이 과히 크지 않을 때에는 그래도 큰 문제가 되지 않을지 모르나, 앞으로 유통량이 많아짐에 따라 능률향상(能率向上)의 문제가 계속 대두되어질 것이다.

4. 需要側面에 等閑

고소득가계가 되어감에 따라 계산물 소비는 증가한다. 소득 500불 수준에서 계란소비가 100개였다면, 1,000불 소득에서는 200개내외의 소비를 예측할 수 있는 것이다.

우리나라의 계산물가격中 특히 계란 가격은 아주 저렴한 수준인 것 같다. 완전식품(完全食品)이라 일컬어지는 계란 하나 가격을 타 식품 가격과 비교해 보라! 세계 15대도시의 계란개당 평균가격 36원에 비겨 보아도 도입원료에 크게 의존해야 하는 우리의 형편으로는 아직도 싸 편이다.

값싸고 영양 많은 식품이라해서 소비가 무

한정 늘어나는 것은 아니다. 식품수요는 비교적 비탄력적인 관계로 그 소비는 적이나 한정적이다. 그러므로 생산품의 다양화(生産品多樣化), 영양선진교육(營養敎育) 등 방법에 의한 수요확대(需要擴大) 노력이 계속되어야 한다.

계란은 소비가 많아짐에 따라 Cholesterol 문제가 등장하게 되고, 닭고기는 다른 육류와의 경쟁관계로 수요확대가 그리 쉽지않다. 우리나라의 이부분 소비수준은 아직도 계속적인 증가단계에 놓여 있어서인지는 몰라도 수요개발에 대한 노력이 거의 없는 형편이다. 소비자에 대한 서비스 개선책으로 계란의 등급, 포장 방법이 많이 나아졌고, 닭고기 처리 방법을 위생적으로 고쳐 나가는 정도가 고작이다. 요리방법 및 가공품개발(料理方法·加工開發), 소비자교육(消費者敎育)을 통한 수요증대 등에 대해서는 너무나 무관심하다.

II. 鷄產物流通合理化的 先行條件

상품유통상에 부각되는 제 문제는 유통 그 자체의 문제이기 이전에 생산과 관련된 공급의 문제(供給問題)와 소비와 관련된 수요문제(需要問題)와도 상관관계(相關關係)가 있다. 공급과 수요부족 문제의 선결 없이는 유통문제의 해결이 있을 수 없는 것이다. 즉 근대 마케팅 개념에 입각한 산업전체의 경영합리화가 바로 유통합리화의 첩경이란 말이다.

계산물 유통에 있어서도 생산품이 농가의 손을 떠나 소비자에게 전달되는 과정만을 다루어서는 안되고, 최소한 부화계획으로부터 소비자가 계란이나 닭고기를 구입하게 되도록까지의 전과정을 보살펴야 한다. 지면관계상 본고에서는 중요하다고 생각되는 선행조건 세가지 요목에 대해서만 나열하고자 한다.

1. 需給調整

주지하는 바와 같이 계산물가격은 개별생산

자가 임의 결정하는 것이 아니라 시장에 대한 총수요(總需要)와 총공급(總供給)에 따라 결정된다. 그러므로 가능하다면 시장별 수요에 적합한량 만큼만 공급하는 것이 이상적이다.

계산물의 공급을 조정하기 위해서는, 첫째 생산을 조정(生産調整)해야 하고 둘째, 시장출하를 조정(市場出荷調整)해야 한다. 생산계획에 따라 수요에 알맞는 생산을 기하며 생산이 과잉일때는 다시 시장출하과정에서 조정되어야 하는 것이다. 이러한 공급조정 기능 없이는 가격은 언제나 등락하기 마련이고 따라서 생산자의 이익은 불안하게 된다. 그러므로 소량생산량을 대량과점화(大量寡店化)하여 시장교섭력(市場交渉力)을 증대시켜야만 생산자 가격은 유리하게 형성될 수 있다.

2. 流通能率 提高

모든 상품의 유통에는 어려움이 있게 마련이다. 계산물과 같은 식품원료 유통은 더욱 그렇다. 생산과정은 1차산업(生産過程 一次産業)인데 유통과정은 3차산업(流通過程 三次産業)에 속하기 때문에 산업간의 불균형적 문제가 제기되는 것이다.

계산물의 생산기능은 농민이 담당하고 유통기능은 상인이 담당한다. 생산기능이 제구실을 다했어도 유통기능이 비능률적일때 이로 인한 과다비용(過多費用)부분은 생산자의 수익 감소로 전가된다. 고로 유통능률 제고를 위해 생산자는 깊이 개입해야 한다는 것이 일반적 이론이다.

생산자가 안심하고 생산을 계속할 수 있는 가격유지와 이를 가능케 해주는 능률적 유통제도가 바람직하다. 개별생산자의 개별노력(生産者個別努力)이 아닌, 집단적 단일노력(集團別單一努力)으로 유통능률제고 방법이 제도화 되어야 한다.

3. 需要增大

기업경영에서는 수요없는 생산은 생각할 수

없다. 생산증가에 의하여 기업을 확장 발전시키려면 먼저 수요확대가 이루어져야 한다.

수요증대활동은 개별생산자가 개별적으로 할 수 없는 기능이다. 어떤 조직형태의 전체적인 기능으로 수요개발이 달성되어야 한다.

소비자기호와 관심에 대한 심층조사(深層調査)를 바탕으로 하여 새로운 상품을 개발하고 각종 교육과 선전 광고 활동을 통해서 잠재수요를 유효수요화(有效需要化)해야 한다. 이러한 활동은 전국적이며 계속적인 방법으로 수행되어질때 그 성과를 기대할 수 있게 된다.

Ⅲ. 基本對策

우리나라 계산물의 유통문제에 대해 많은 사람들이 자주 논란하는 것을 들어보면, 너무나 지엽적이며 병목적인 호소에 불과하다는 느낌을 갖게 한다. 양제인들이 단합하고 협동(團合·協同)해서 생산과 출하를 조절 함으로서 가격하락을 막고 유통마아진을 낮추어야 한다고 역설한다던가, 소규모 지역별 집단활동에 의해 수급의 균형을 기하려는 의도가 바로 그 예이다. 물론 이런 노력으로도 잠정적이며 부분적인 유통개선은 기대 할 수 있을 것이다. 그러나 문제는 전체적이며 장기적인 안정대책을 어떻게 강구할 것인가 하는 기본대책(基本對策)이 아직 마련되어 있지 않다는데 있다.

하기야 현재의 비능율적 유통체제하에서도 양계업은 계속 성장하고 있으니 이에 만족 하다면 굳이 유통개선이란 문제를 제기할 필요조차 없을 것이다. 그러나 금후 계산물의 대량 소비에 따른 대량 유통의 필연성을 감안할때, 유통은 기능(機能)보다도 그 능률(能率)에 문제가 있다는 점을 절감하게 될 것이므로 유통개선을 위한 기본대책은 조속히 강구되어야 한다고 믿으며 이에 대한 평소의 생각을 요약 해 보려 한다.

1. 生産 및 供給調整對策

계산물의 가격안정을 위하여 생산자 스스로

가 해야 할 일은 생산 및 공급을 적절히 조정하는 일이다.

첫째, 생산조정기능(生産調整機能)을 살펴보면, 개별생산자의 도의적 양심(道義的良心)에 호소하는 진래적 협동정신(協同精神)에 기대를 걸기보다는 보다 계획적이며 합목적적인 경영기능(合目的的經營機能), 즉 필요에 따라서는 생산자의 생산기능을 강제적으로 조정(強制的調整)할 수 있도록 업체를 조직화 하는 것이 더욱 효율적이다. 다시 말하면 장단기적 계산물의 수요를 전제로 하여 적량만을 생산하도록 제도화 하는 것이다. 다행히 현재의 양계업은 이미 기업적 경영수준에 올라 있어 3,000수 이상 생산자만을 대상으로 해도 전체 생산량의 50% 가까이를 조절할 수 있으며, 1,000수 이상 사육자를 조정대상으로 할 경우엔 60% 이상의 유통량을 장악하게 되어 생산조정이 가능하게 된다. 산업전체의 안정을 기하기 위해 관련 생산자의 의무적 참여(義務的參與)를 법제화 하는 외국의 예는 얼마든지 있다. 협동조합과 같은 자의참여(自意參與)의 방법으로 실효를 걸우기 어려운 때엔, 등록(登錄) 심지어는 허가(許可)제까지 활용하여 양계업자의 신분을 명확히 하는 것이다. 근간 자주 들어본 바 있는 부화업체의 불협화는 도의심에 호소하여 자진 참여를 원칙으로 하려 든 제도적 맹점의 소산이라 생각되어진다.

둘째, 공급조정기능(供給調整機能)은 이미 생산된 계산물을 시장에 출하하는 물량상의 문제이므로 전술한 생산조정기능 보다는 훨씬 용이하게 다루어 질 수 있다. 생산된 시점의 시장수요와 대비하여 과잉생산분(過剩生産分)만을 보관처리(保管處理) 하던가, 공급이 적은 지역으로 수송공급(輸送供給)하면 되기 때문이다. 이때는 개별생산자를 대상으로 하지 않고, 전체 물량중의 적정량만을 처리해 주면 된다.

이와 같이 생산과 공급을 조정하는데 있어 가장 중요한 문제는 누가 이런 기능을 담당하는 주체구실을 할 것이냐 하는 점이다. 생산을 조정하기 까지는 생산자의 찬동(生産者贊同)과 정부의 협조(政府協調)가 필요하고 공급조

정에 있어서는 물적시설(物的施設)과 자금(資金)이 필요하다. 어느 형태의 기구가 이 업무를 담당할 것이냐에 대하여는 어느 정도까지 생산과 공급을 조정할 것이냐에 따라 기존조직(既存組織)에게 맡길 수도 있고, 다음에 설명하는 유통전담기구에게 일임할 수도 있는 것이다.

2. 流通專擔機構

유통이란 어느 상품의 교환과 물적 이동에 관련되는 일체의 경제행위를 말한다. 따라서 유통기능이 제대로 수행되려면 그 담당 주체(擔當不體)가 제구실을 다해야 한다.

계산물 유통은 생산에서 소비에 이르는 전 과정을 통해 합리적이며 일관된 기능 수행으로부터 그 개선책(改善策)이 찾아져야 한다. 그러나 이질적인 많은 유통종사자(流通從事者)가 그 기능의 수행주체인한 능률적인 유통결과를 기대할 수 없다. 고로 많은 나라에서는 생산자 발의(生産者發議)에 의해 조직된 기관으로 하여금 유통담당주체(流通擔當主體)로 삼고 세부적인 기능을 기존 또는 신생 유통종사자에게 맡기는 전담기구체제(專擔機構體制)를 활용하고 있는 것이다.

우리나라의 형편에 어떤 형태의 유통전담기구를 어느 시기에 설치 운영할 것인가에 대해서는 많은 검토가 있어야 한다. 현재의 유통기능은 자유기업원칙(自由企業原則)에 입각한 개별 상인이 담당하고 있기 때문에 자유수급에 따라 형성되는 가격이 생산자에게 불리할 때는 생산자가 아우성이고, 가격이 높게 형성되면 정부가 개입하는 것이 상례이다. 그러므로 가격이 심히 내려가거나 올라갈 때만 유통과정이 불합리하다고 관심을 갖을뿐, 그렇지 않을 때는 모든 것이 평온하기만 하다. 이러한 상황이란 아직 유통문제가 그리 심각한 것이 아니라 말로도 표현이 될 수 있다. 그러나 대량유통의 시기에 다달으면 현재와 같이 상품화계획(商品化計劃)과 물적시설(物的施

設)이 되어 있지 않은 상태에서 합리적인 유통이 될 수는 없는 것이므로 생산소비 단계에까지 관련시키는 마케팅 활동의 일환으로 유통전담 기구를 생각해야 하는 것이며 그 필요성은 해마다 점고하고 있다.

계란 유통을 능률화하기 위해서 생산, 소비 양측면을 공히 다루는 계란전담 마케팅기구(鷄卵專擔機構)를 두어, 공급 조정에 의한 적정가격형성을 기도해야 한다. 이 전담기구는 중계조정기능(中繼調整機能)을 위한 물적시설자금만을 확보하여 직접관장운영(直接管掌運營)하고 수집, 분산기능 등은 타 유통종사기관에게 맡기는 것이 좋다. 그러나 생산 및 공급조정, 수집 및 분산기능, 소비촉진 활동 등에 관한 사항은 이 전담기구가 관장 수행할 수 있도록 법적 또는 행정적 지원(法的行政的支援)이 이루어져야 한다. 즉 필요에 따라 관련자에 대한 강제적 참여를 의무화할 수 있도록 이 전담기관은 법정기구(法定機構)로 하는 것이 합리적이다. 이렇게해서 계란유통개선문제를 유통과정 그 자체에서 해결하려 하지 말고 생산에서 소비에 이르는 전 과정속의 유통문제로 다루어 근본적이며 제도적인 차원(根本的 制度的次元)에서 전담기구가 대소 관련 문제를 모두 해결하도록 하려는 것이다.

다음 닭고기 유통에 있어서는 이 상품의 성질상 대체성(代替性)이 있는 일반 육류유통(一般肉類流通)에 포함시켜 다루는 것이 합리적이다. 물론 기존관습에 있어 일반 육류와는 도살, 소매과정(屠殺, 小賣過程)이 판이한 것이 사실이지만 닭고기만을 별도로 취급하기보다는 일반 육류유통개선 과제와 함께 처리하는 편이 기능수행상 능률적이다. 근자에 자주 듣는 이야기인데, 도계장시설과 운영(屠鷄場施設運營) 방법만을 능률화하면 그것이 바로 닭고기 유통개선의 전부인양 착각하는 사람이 많은것 같다. 물론 도계과정을 거쳐야만 닭고기로 상품화할 수 있다는 점이 농산소비품(農產消費品)인 계란의 유통과 근본적으로 다른 것은 사실이다. 하지만 도계장문제는 상품화과정의 한 기능에 속할뿐 공급과 수요 물량까지도 관여해야 하는 마케팅 기능 전부는 아

된 것이다. 여기서 분명히 지적하건대 소비자의 소비관습변화(消費慣習變化)에는 시간을 요하는 것이니 재래유통방식(在來流通方式)을 줄지에 바꾸려 해서는 안된다는 것이다. 교육(教育)을 통하여 소비자를 인식시키고 시범(示範)을 통하여 유통방식을 점진적으로 개폐하려는 기능위주의 개선책이 필요하다 하겠다.

육류유통개선(肉類流通改善)에는 검토해야 할 사항이 더욱 많음으로 다음 기회에 다시 언급하기로 한다.

3. 政府役割

우리나라 경제는 정부계획에 의하여 그 발전이 주도되는 시스템이라 할 수 있다. 계산물의 생산과 유통개선(流通改善)에 있어서도 정부가 광범하게 계획을 세워 집행 선도한다. 물론 생산자와 소비자의 이익을 동시에 감안하고 나아가 국가경제의 균형적발전에 기여하는 정책적 배려하에서 모든 계획이 수립되고 있다.

마케팅 발전과정에 있어 정부가 기여하는 역할이 매우 크다 함은 잘 알려진 사실이다. 더구나 급성장하는 경제체제에서는 물량수급, 가격정책, 국민보건위생부문에 정부가 관여하는 것이 보다 효율적인 경우가 많다.

그래서 대부분의 개발도상국가들은 정부가 마케팅부분에 깊숙히 개입하여 정상적인 산업발전을 획책하는 것이 일반적인 현상이다.

유통정책(流通政策)을 수립함에 있어 한가지 꼭 유의해야 할 사항은 생산자와 소비자의 상반되는 이익문제를 균형있게 다루어 나가도록 정책이 수립되어야 한다는 것이다. 일반적으로 발달된 경제사회에서는 생산자와 소비자 모두 그들 스스로의 이익을 보장하려는 자기방위의 활동이 조직화되어 있어 정부는 공정한 행정을 펴나가기가 용이하다.

그러나 미개발 경제사회의 농업생산자는 자기 이익을 주장할 수 있는 조직이 결여되어 있어 정부는 소비자 위주의 행정 또는 정부 위주의 행정을 해 나가기가 쉽다.

가장 중요한 가격정책의 경우만 보아도 가격상승에 대하여서는 행정력을 동원하나 가격

하락에는 흔히 수수방관하는 것이다.

계산물 유통개선을 위한 기본대책을 수립함에 있어서는 유통전담기구를 설치하여 생산표준화, 공급, 유통시설, 자금, 수요개발 등을 종합적으로 조정, 유통능률 제고와 가격안정을 도모해야 하는바 이런 과정에는 관련 종사자의 의무적 참여가 필수요건이므로 정부는 이에 적절한 법적 및 행정적 조치를 뒷바침해 주어야 한다. 그래서 이 전담기구로 하여금 정부가 당초 기획하는 생산자, 소비자 모두의 공익목표를 달성함과 아울러 안정기금제도(安定基金制度)에 의한 운영결과 적자시현분에 대해서만 정부가 지원하던 된다.

우리나라의 양계업체는 그동안 생산능률 향상을 위하여 양계협회(養鷄協會)를 중심으로 많은 성장을 과시해 왔다.

그러나 이제는 유통능률향상을 위하여 정부와 유대를 긴밀히 갖고 대량소비(大量消費), 대량유통(大量流通), 대량생산(大量生産)에 의한 업계발전을 획책해야 할 때인 것 같다.

● 축산상식 ●

1. 축산업의 개념

축산이라함은 소, 말, 양, 돼지, 토끼, 칠칠라, 사슴, 멍크, 가금 또는 꿀벌의 사육증식, 채란, 채모, 착유 등을 전문으로 하는 사업을 말한다.

2. 목장의 개념

목장이라함은 축산업을 경영하는 일단의 장소(축사 및 부대시설과 초지법에서 말하는 초지)를 말하며 그 종류는 다음과 같다.

- 가. 한우사육목장
- 나. 유우 및 비육우목장
- 다. 종마목장
- 라. 양돈장
- 마. 사슴목장
- 바. 양계장
- 사. 토끼 및 멍크사육장